

微吼

企业级互动视频云

微吼2021

企业直播营销策略白皮书



VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

前言

2021存量时代，直播成为最佳的流量入口，最好的流量转化平台

2021年，流量接近边际，存量竞争无可回避。

流量来自于用户规模×时间，无论是用户规模，还是用户时间都在接近边际，底层技术变革带来的流量扩容还在起步期，存量竞争无可回避。

用户规模基本触顶，2019 年5 月增幅降至3% 以下。用户上网时长接近边际，设备日均开机时长在2019 年8 月之后已下降到2% 以下。

直播成为流量的最佳的入口，也是最好的流量转化平台。一方面，视频和直播承载更高维的信息密度，具有实时性和互动性特点，进而提升其真实性和趣味性；另一方面，以短视频和直播为代表的视频内容形式更容易实现用户流量的集聚，充分调动用户的碎片化时间。

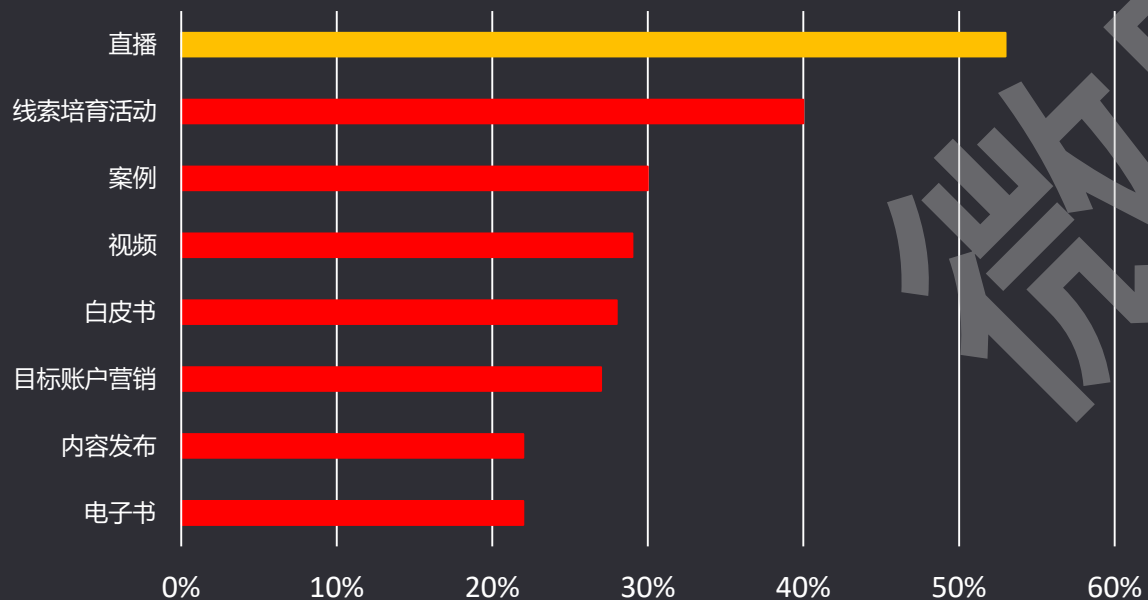
2020年获取合格线索的有效策略，直播居于第一位，为53%，其次为线索培育活动、案

例；2020年，加速转化的有效策略也是直播，为42%，其次为案例和线索培育活动。

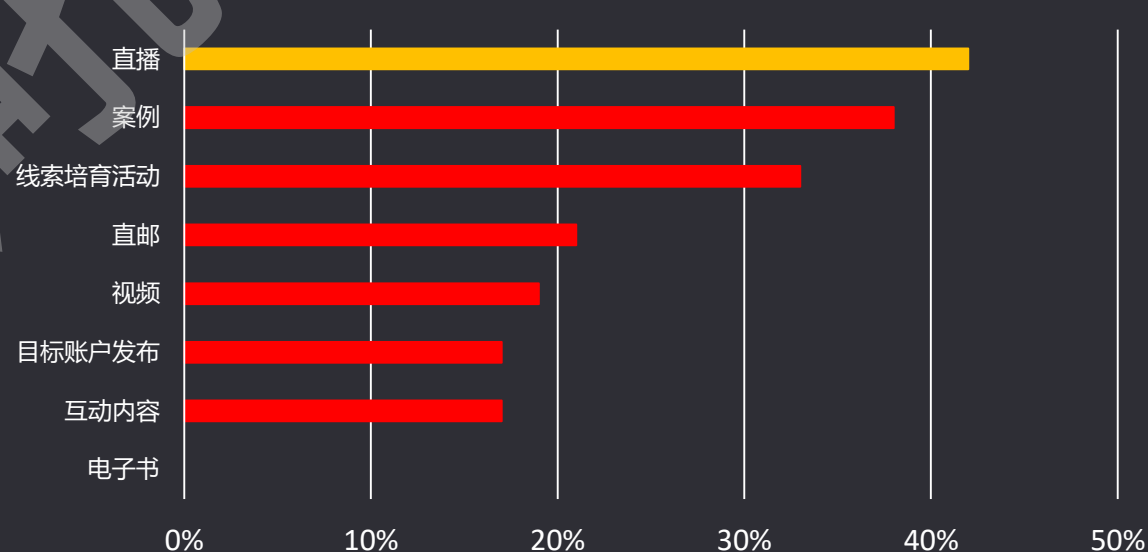
微吼推出《2021年企业直播营销策略白皮书》，提出【蝴蝶增长模型】，通过直播，助力企业数字化转型。第一步，通过直播营销矩阵，搭建企业自有流量池；第二步，打造覆盖直播前/中/后流程的互动直播；第三步，数据驱动下，深入用户全生命周期的用户运营。

直播成为最佳的流量入口，也是最好的流量转化平台

2020年获取合格线索的有效策略



2020年加速转化的有效策略



前言

从【漏斗型增长】到【用户价值跃迁式增长】

漏斗型增长，主要从以下三步着手：

第一，注入新的线索，量化漏斗流速，促进漏斗各层转化。第二，细分漏斗，明确每个阶段定义，让漏斗中充满高质量线索。第三，找到关键加速点，明确关键节点的加速方法。

但在存量时代，线索注入量受限。

同时，Forrester的数据显示，超过

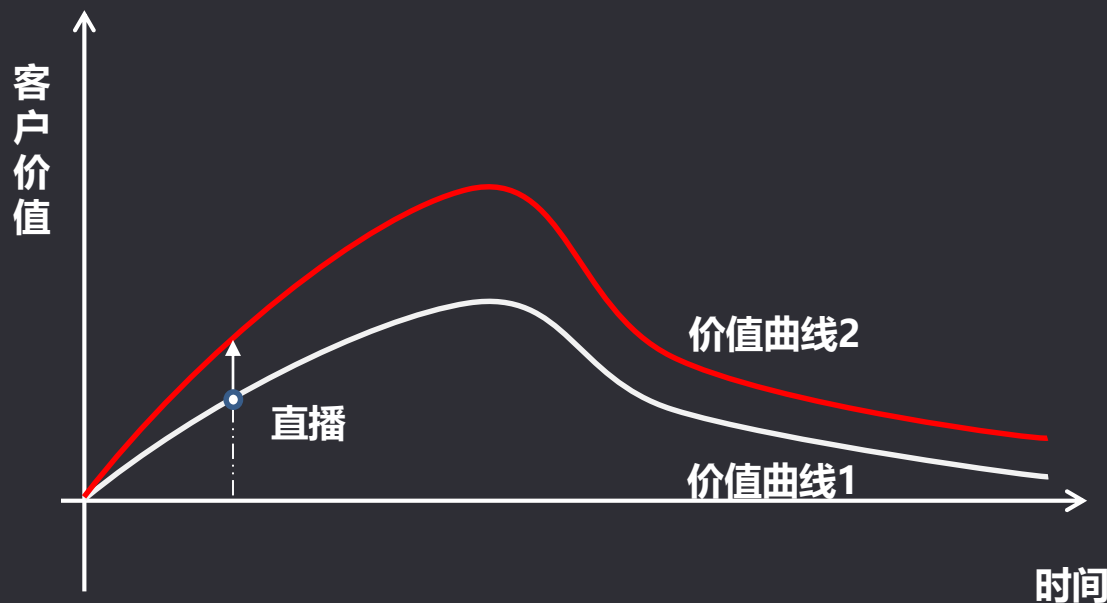
一半的购买者在线下购买之前，已经通过网络了解了品牌和产品70%的信息，并且进行反复比较，消费者不再是线性决策，传统【漏斗型增长】失效。

存量时代，用户生命周期价值愈发重要，而直播正是实现用户价值曲线跃迁的关键事件。

实现用户价值曲线跃迁的关键事件——直播

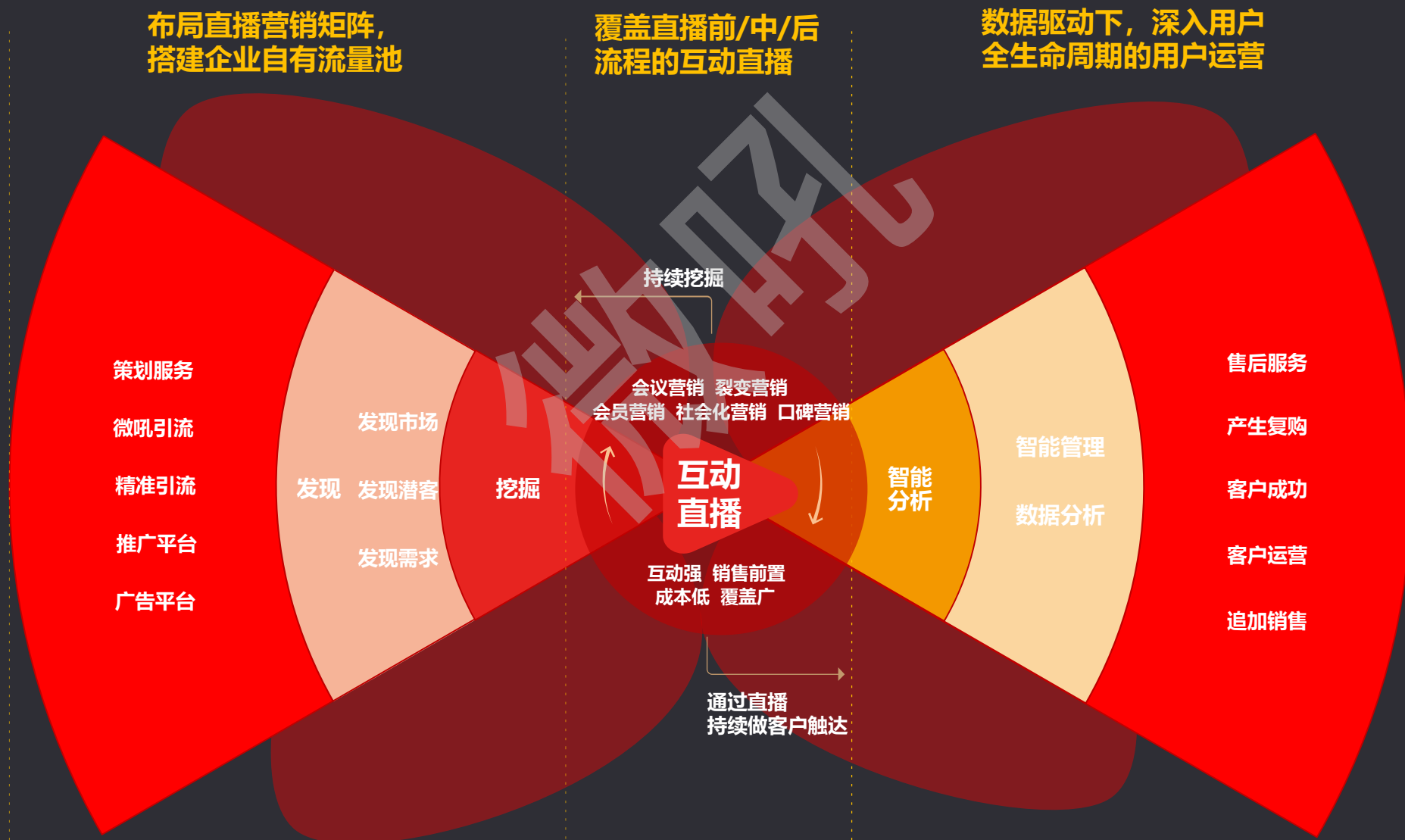
提升用户生命周期价值（LTV）的方法之一，就是找到关键事件，产生高价值行为HVA（high value action），让用户后续的价值贡献轨迹发生跃迁，从价值曲线1跃迁到价值曲线2，跃迁到用户价值贡献更高的轨迹上，从而提升LTV。

直播是实现用户价值曲线跃迁的关键事件。2020年，获取合格线索的有效策略，直播居于第一位，为53%，其次为线索培育活动、案例，加速转化的有效策略也是直播。直播成为提升LTV的关键事件。



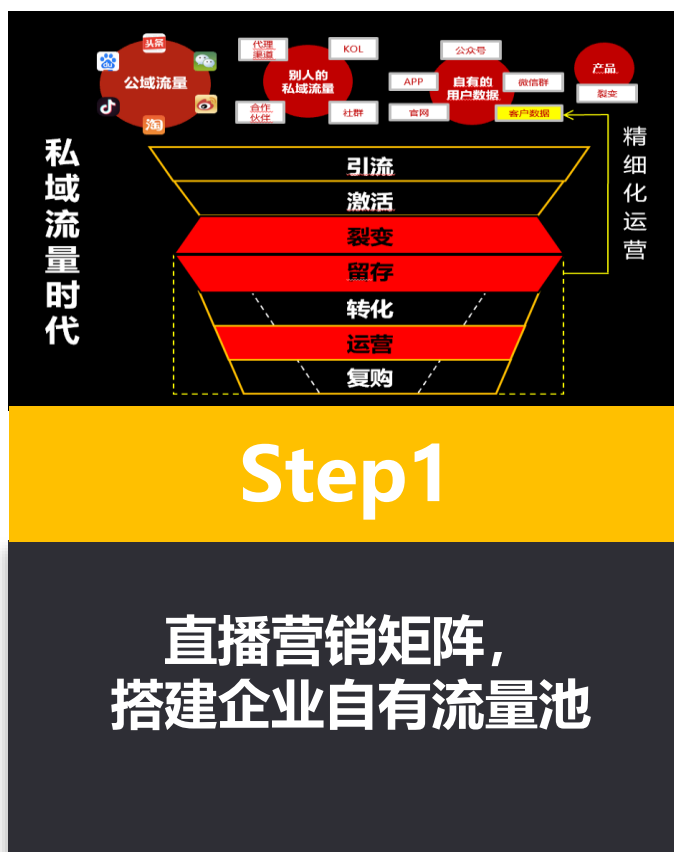
前言

2021年最佳企业直播营销策略——【蝴蝶增长模型】



前言

微吼三步走，打造【企业直播蝴蝶增长模型】



微吼

直播营销矩阵，
搭建企业自有流量池

1 直播营销矩阵

微吼【独孤九剑】直播营销矩阵

会展营销型直播

会议直播

市场活动

网络研讨会

线上峰会

线上沙龙

产品推介会

论坛会展

世博会

博览会

广交会

智博会

行业展会

品牌转化型直播

线上发布会

品牌发布会

新品发布会

业绩发布会、战略发布会

品牌活动

客户答谢会、学术会议

产品演示、巡展路演

工厂开放日、开业典礼

公益活动

环境保护宣讲、扶贫助农

社会公益活动

慈善拍卖、捐赠仪式

渠道伙伴营销型直播

全民营销

员工/销售直播营销

经销商/代理/门店直播营销

渠道伙伴沟通

商家大会

供应商大会

渠道年会

生态伙伴大会

渠道招商活动

直播转化型直播

产品销售

在线看车

在线看房

在线团购

优惠购活动

理财投资宣讲

直播带货

电商带货

总裁带货

精准扶贫

微吼【独孤九剑】直播营销矩阵

1

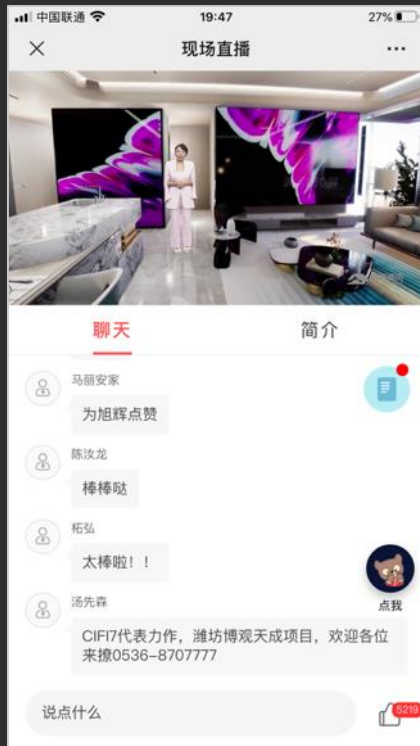
直播营销矩阵

微吼【独孤九剑】直播营销矩阵

微吼



直播卖车



直播卖房



金融直播



B2B技术峰会



网络研讨会



会议直播

9种直播类型，如何保证品牌发声的一致性？

苹果树生长策略

像苹果树一样，不断生长

适合公司的直播组合是像苹果树一样生长出来的，不是提前计划好一切，一步到位。合适的组合会不断优化，并自我生长，我们做好修剪工作即可。

先有树干，再有枝叶，再有苹果

直播策略进行强公司战略绑定，公司战略是枝干，以此为基础，同步到直播主题上，做到总-分-分的结构，在合适的分节点，即可产出“苹果”，推出匹配的直播形式+直播主题。



2 【独孤九剑】直播营销矩阵执行策略

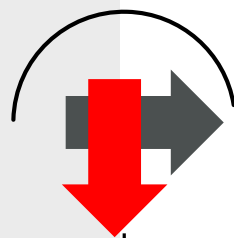
单期直播如何策划？以市场活动为例

流量拥有明显的自然垄断性，多者越多，强者恒强。

在单期直播的策划过程中，“傍大腿”很重要。

第一，抓“IP”，第三方具有权威性，客户知名度高，公司IP有强个人风格。

第二，抓“热点”，B2B追事件热点容易降低逼格，但可以抓“热词”，通过流行概念，提高话题的兴趣度。



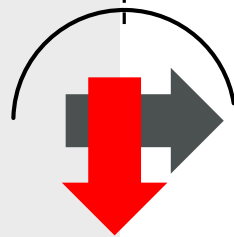
自己讲-战略+产品

CEO讲战略，产品负责人讲产品技术，打造公司内部KOL,发布行业白皮书。



客户讲-案例

客户现身讲案例，以落地实操打动客户，成为最好客户证言。



第三方讲-干货

第三方机构发布专业内容，进行行业奖项/排名/报告，以前瞻性引领客户。

3 直播团队搭建

市场运营团队+主播团队+直播执行团队+IT技术支持团队

市场运营团队

包括：总负责人（运营总监）+活动运营+内容运营+用户运营+设计人员
项目总负责人负责整个直播准备和现场实施，了解直播的功能玩法，具备运营能力和数据分析能力，确保直播活动的资源整体协调和把控。

主播团队

包括：主持人+嘉宾+直播助理
直播主持，主导直播流程，通过多种方式与用户互动；直播助手操作互动工具，审核互动信息，协助主播进行直播；直播嘉宾发布权威信息，成为直播的流量担当。

直播执行团队

包括：活动导演+直播推流+摄影摄像+视频导播/剪辑+音控/灯光+媒体经理
执行团队在拍摄方面拥有丰富的经验，熟练掌握直播硬件设备操作，具备云导播、云剪辑、地方推流及分发等直播制作能力。

IT技术支持团队

包括：技术支持
直播平台系统搭建，直播SDK/API应用；数据安全管控、权限管控；网络环境及解决电脑设备故障问题、安全运维。

01 市场运营团队

02 主播团队

03 直播执行团队

04 IT技术支持团队

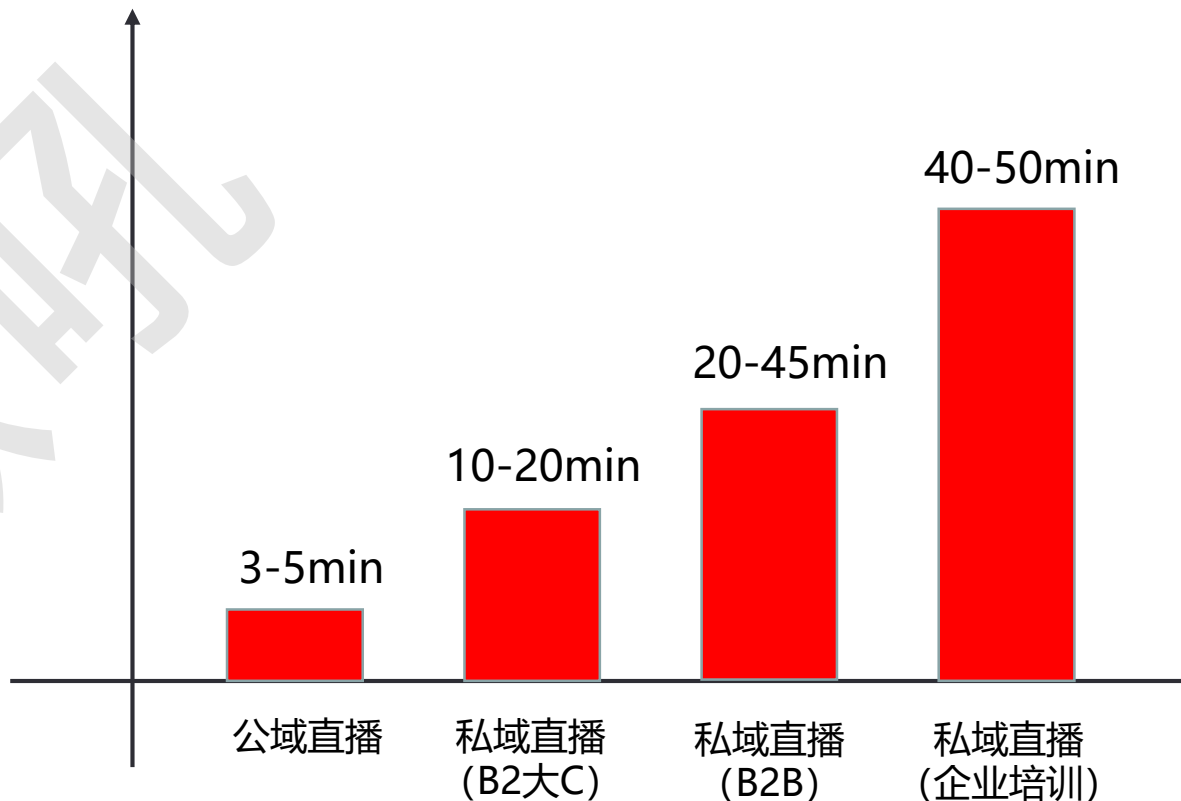
4 多种直播类型，打造私域流量池

建立私域流量池，把流量数据化

存量时代，是用户时间的竞争。

私域直播是锁定用户时间的强有力手段，成为企业直播的首选。

私域直播的核心价值：区别于公域直播的强带货属性，私域直播的价值是锁定用户时间，建立沟通的桥梁，建立信任和认同，引流新用户、盘活老用户、加速用户转化。



4 多种直播类型，打造私域流量池

私域流量时代，精细化运营

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

微吼

公域流量时代



公域流量时代特征：

绝大多数公域流量沉淀在互联网巨头平台，企业想触达、获取流量，需要交高昂的“过路费”，而大多数用户只是“流过”，极少数“留下”，且并未形成有效的用户运营。

私域流量时代



私域流量时代特征：

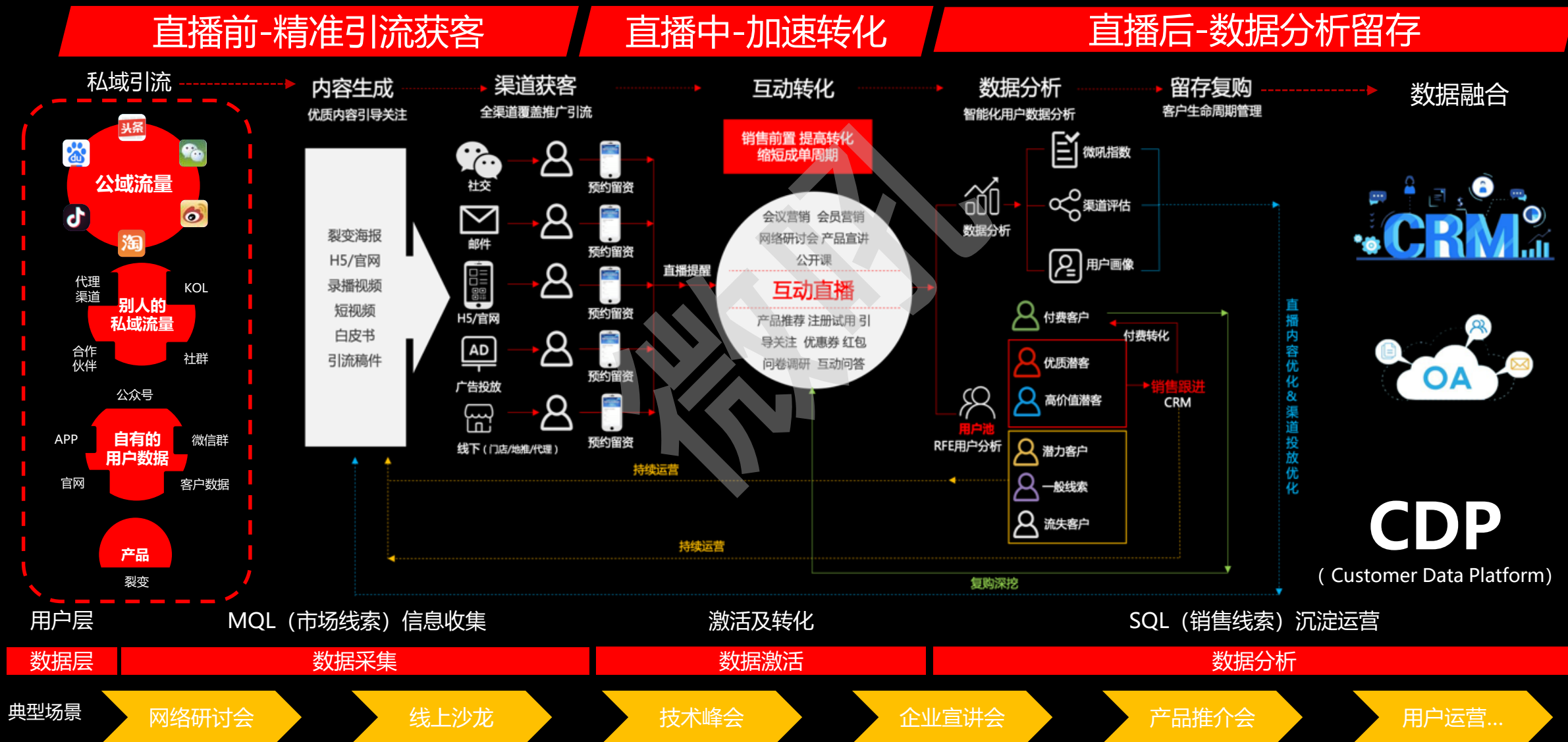
人口红利消失了，流量贵了，越来越多企业通过借助直播实时互动进行裂变、留存、转化、用户运营，形成精细化的用户运营闭环，同时构建企业私域数据资产。

微吼

互动直播

覆盖直播前/中/后的流程

【微吼】私域直播营销全链路





PART 01

企业直播-直播前

1 直播准备

制定方案-创建表单-创建直播间-推广彩排

1

1个房间

2

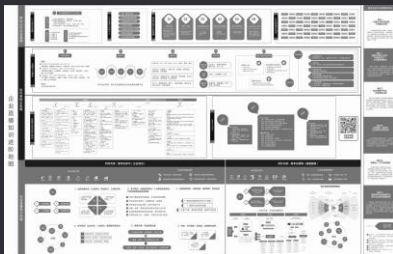
2个方案

3

3个表单

4

4个自检



(扫码下载《微吼企业直播知识进阶地图》)

二个方案

三个表单

一个房间

四个自检

制定方案

(提前4-6周)

创建表单

创建直播间 (提前2周)

(提前1-2周)

推广彩排

(提前1天)

直播方案

推广方案

宣传推广

1: 主题及场景

确认直播主题及场景。好的主题吸引流量,明确需求选择场景。(品牌活动、网络研讨会、在线发布会、业绩发布会、经销商大会、直播带货、行业峰会、客户培训、线上沙龙、公司年会等)

2: 嘉宾及主题

确定邀请嘉宾、演讲主题及排期

3: 活动策划方案

内容创意、流程规划、主持人串词、直播互动策划

4: 场地方案

实景拍摄、绿幕抠像、网络环境、现场设备(摄像机位、导播台、调音台、音响、灯光等)

5: 拍摄方案

拍摄、技术支持、画面方案、媒体分发渠道、直播流程设计、互动拍摄方案

1: 定位分析

品牌定位、目标市场定位、公众形象定位、情感定位、价值定位

2: 拟定目标

量化的目标(引流量、留存量、互动效果、注册量、下单量等)

3: 用户画像

不同业务、行业制定画像标签体系
人口统计: 姓名、性别、年龄、籍贯、学历等
社会属性: 家庭类型、工作行业、职位、收入等
用户消费: 首次消费、价值属性、消费周期等
用户行为: 活跃度、偏好、点赞及浏览次数、个人风险等

4: 推广渠道

内外部结合, 事半功倍
官网、官方媒体、EDM、内容分发渠道、垂直论坛、垂直社区、KOL第三方合作等

5: 推广计划

推广排期、发布频次、对接人、指标评估等

推广表:

1: 时间排期
2: 渠道梳理
3: 效果反馈

物料表:

1: 主KV
2: 邀请海报
3: minisite
4: 活动整体流程单
5: 暖场视频
6: 主持人串词
7: 嘉宾PPT

报名表:

姓名、电话、邮箱、公司、职位等

1: 直播间设置

标题、简介、微信分享语;封面图、议程海报、分享裂变海报、导航栏、公众号绑定

2: 品牌视觉打造

品牌LOGO、画面水印、背景画面、直播间颜色设置、打赏礼物自定义、官网自定义

3: 观看权限设置

报名留资、无观看限制、白名单、邀请码、付费观看邀请

4: 邀请排行榜

鼓励员工、会员、代理渠道等生成专属邀请卡进行裂变分享

5: 渠道追踪代码

为每一个推广渠道生成专属链接或者带参二维码,进行推广效果追踪

6: 直播嵌入(可选)

可将直播嵌入到活动minisite、H5、小程序、APP、官网等多平台,增加曝光渠道

7: 添加商品外链

(知客电商版)/品牌官网/门店地址/商品信息

&对内宣传

1: 官方渠道
官网Banner位/活动专题页
微信公众号/官方微博/官方自媒体/官方社群
公司员工/代理商/经销商/线下门店
2: 定向邀约
私域用户触达: 通过短信、邮件触达
数据邀约: 通过第三方进行定向人群

&外部推广

1: 媒体推广
将直播画面推流到媒体平台,增加公域平台品牌曝光(需提前确定视频媒体推流计划及推荐位置)
2: 媒体推广
通过媒体渠道引流到官方直播间,为私域流量转化
门户媒体、行业垂直媒体平台、信息流投放等
3: 广告投放
百度、头条、朋友圈等
4: 其他渠道:
行业社群、KOL、KOC等

最终核验

直播流程核对、人员分工、嘉宾信息确认及PPT审核、物料清单、媒体信息确认(联系人、推广地址测试、推荐位置确认)

现场彩排

网络测试、外置设备测试、拍摄整体调试、直播流程彩排预演

预约通知发送

通过短信、邮件、微信、电话等方式,提醒用户预约观看。

微吼

通过微吼可以零成本建立直播官网及主题直播间，配色可以红金为主，也可与企业自身品牌元素相搭配。

主题官网直播间搭建完成后，可循环播放企业宣传片及背景音乐。

直播间还可嵌入官网、公众号及app内，全面展现企业数字化应用的实力。

■ 品牌视觉

品牌logo、画面水印、背景、直播间颜色设置、打赏礼物自定义

■ 观看权限设置

无观看限制/报名留资/白名单/邀请码/付费观看

■ 渠道追踪代码

为每一个推广渠道生成专属链接或者带参二维码，进行推广效果追踪。

■ 邀请排行榜

鼓励员工、会员、代理渠道等生成专属邀请卡进行裂变分享

■ 直播间设置

标题、简介、微信分享语；封面图、议程海报、分享裂变海报、导航栏、公众号

■ 直播嵌入（可选）

可将直播嵌入到活动minisite、H5、小程序、APP、官网等官方平台，增加曝光渠道

品牌专属直播间，强化认知

品牌专属直播间

自定义LOGO/KV图/背景图/暖场视频/分享海报/微信分享语/分享图标，增强品牌认知。

品牌专题聚合页

可将峰会主分论坛整合到一个专题主页，进行自定义设置，便于统一管理传播。

品牌专属橱窗展示

可进行商品展示、商品上架、商品推荐、在线下单以及门店展示，完成直播带货闭环。



2 直播预热

公域私域同预热，氛围热闹欢乐多

- 短信、微信多种直播提醒方式可选
- 可自定义设置直播提醒时间及频率
- 错过预约直播，可自动提醒观看回放



1

播前预热

内容预热：短视频+长图+站外渠道。

暖场预热：暖场视频+主播暖场，直播间发布直播时间公告，互动游戏、限时福利引流。

2

预约通知

通过短信、邮件、微信、电话等方式对预约用户进行预约提醒。

3

直播推流

将直播推流至各大视频平台，增加品牌曝光。（如爱奇艺、优酷、腾讯、B站、一直播、抖音、快手等）

4

社群推广

在预热推广时，也应建立社群，由群管理号召用户在固定时间分享推广。直播间与微信生态相辅相成，可直接在微信生态内裂变分享，形成雪球效应。

一键直达40+主流视频媒体

主流媒体 增加曝光 首页推荐 吸引流量



3 精准引流获客

优质内容生成，全渠道获客

精准流量获客，需要建立企业自有直播平台，搭建私域用户池。

第一，建立企业自有直播平台，可满足企业营销活动、直播带货、企业培训、线上会议等场景需求，可嵌入至公众号、小程序、官网、APP、H5，可以多次触达、长线运营，以及用户数据运营盘活。

第二，搭建私域用户池，从公域引流至私域用户，可反复触达和长期运营。

1

**盘活自有用户数据，
一站式主动触达**

平台提供微信、短信、邮件一站式主动触达功能，可将自有私域用户一键导入知客平台，主动触达，高效便捷。

**自定义报名信息，
轻松获取线索**

可对参与直播的用户报名信息
进行自定义设置，轻松获取每
一场直播用户名单，清晰用户
画像，沉淀私域用户流量。

2

**专属渠道二维码/链接，
定向追踪效果**

自动生成各渠道专属带参二
维码/链接，可对每一个渠道
的引流数据进行定向追踪监
控，便于渠道质量及营销效
果的综合评估，为下一次推
广提供数据依据。

3

**生成溯源邀请卡，
引导全员营销获客**

提供自带邀请卡和自定义邀请
卡，分享时为每位用户生成专属
邀请卡，可定向追踪每个人的传
播效果，可配合相应绩效激励，
全员裂变营销。

4

**专属渠道二维码/链接，
定向追踪效果**

自动生成各渠道专属带参二
维码/链接，可对每一个渠道
的引流数据进行定向追踪监
控。

5

4

风险应急预案，不确定性管理

网络保障+人员保障+平台保障

微吼

直播并不像线下那样可以灵活调整，有时一个环节的问题可能会让整场直播都无法进行下去。因此，筹备时，在几个关键节点中一定要做好plan B 甚至plan C 。

微吼专业运维人员通过微吼鹰眼系统，对消息服务压力，流媒体分发状态，流质量，基础资源占用情况，进行实时监测，实时调整主动扩容策略以及风险预处理，保证直播的稳定流畅观看。

提供两条有线网络采用一主一备的方式

提供网络基站在有线网络出现故障时，网络基站进行自动切换保证直播网络的稳定。

网络保障

配备两名备份人员，具备项目协调、拍摄、平台的操作等能力

人员保障

采用双路直播的模式主+备的模式；在观看链接不变的情况下，当主直播间出现问题时，自动切换备用直播间实现无缝的切换。

平台保障

私域直播成功的保障：技术+服务

主论坛

技术保障

高清晰度音视频编码技术

大规模高性能流传输技术

直播平台高并发弹性扩容机制

鹰眼质量监控平台

多CDN智能融合、调度与分发技术

业务链路监控

大规模实时消息分发系统

流媒体监控

数据库监控

基于云上的异地容灾

智能调度系统

主机系统安全

直播营销分析引擎

基于AI的实时音频图像处理技术

基于WebRTC的新一代实时互动技术

Web平台监控

以AI为核心的智能应用与分析技术

数据安全系统

基于组件的直播应用快速构建技术

企业直播服务心脏·流媒体核心系统

经验积累

多场景非标准化的直播经验

直播应急预案经验

虚拟背景下的直播经验

多地互动的直播经验

基于人工智能的直播经验

无人机直播经验

全球观看的直播经验

突发事件下的应急经验

海外发起的直播经验

高并发下的直播经验

弱网环境下的直播经验

多语种的直播经验

多场次论坛并行下的直播经验

5G直播经验

VR/AR直播经验

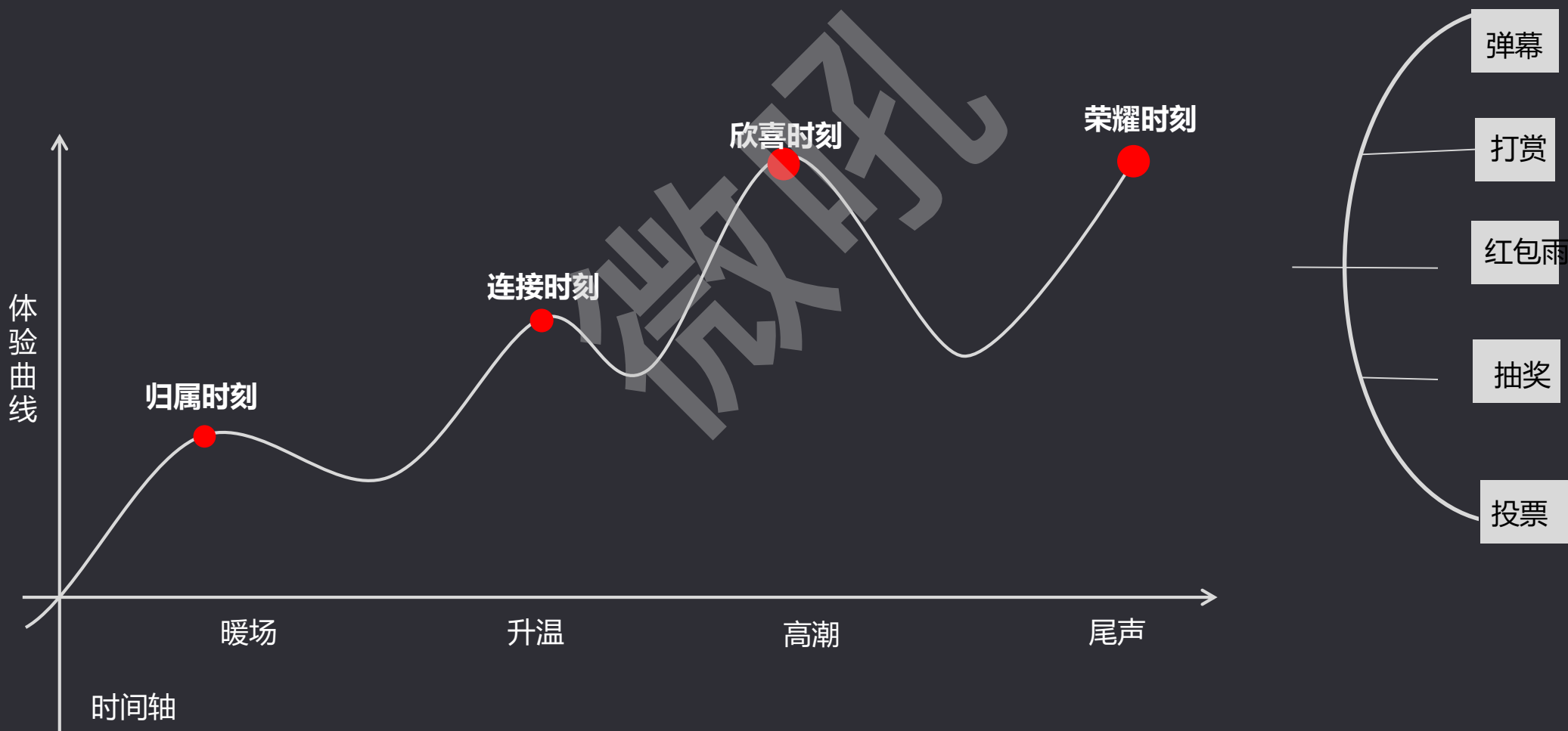


PART 02

企业直播-直播中

微吼直播【4步打造企业直播峰值体验】

“峰终定律”（peak-end rule）：一段经历最让人印象深刻的，是它的峰值瞬间——最好和最坏的体验——和结束的瞬间。至于总时间长度，以及其中不好不坏的体验，我们则常常忘记。微吼打造四大“直播峰值”，归属时刻、连接时刻、欣喜时刻、荣耀时刻，对平淡无奇的直播说不。



1 直播暖场，打造归属感

归属时刻：最佳发起方式+开场视频

一个好的开场很重要，它可以最迅速调动用户的情绪和氛围，让员工体验到归属感和融入感。多种发起方式可选，横屏、竖屏满足用户不同场景需求。

01

多种发起方式，横竖屏直播随意选

直播可以选择横屏，竖屏两种模式，横屏直播画面呈现更丰富，竖屏直播带货画面更聚焦，满足客户不同的直播场景需求。



02

倒计时+开场视频

开场视频，即使用户提前进入直播间，也有适宜内容提供，将好感度前置，让用户宾至如归，打造归属感。

2 直播升温

连接时刻：人人皆是焦点，环环参与其中



多场景直播互动

气氛互动

连麦互动/专属礼物
弹幕打赏/投票问答
竞答/互动话题/分享榜

聊天管理

聊天内容审核、公告发布、敏感词过渡、观众问题回复

高品质直播体验

绿幕虚拟场景，中英文字幕翻译，
多声道一键切换，VR、AR直播

3 直播高潮

欣喜时刻：红包雨、抽奖、一键下单，打造互动高潮

01 抽奖

参与门槛低，形式多样，可玩性强

微吼直播平台自身抽奖系统，还可以接入企业的官网、小程序、APP等，员工无需下载任何插件，即可直接参与抽奖。

企业可根据自身需求定制多种抽奖形式。

02 口令红包/红包雨

多轮红包雨，活跃直播间氛围

活跃直播间氛围
增强用户互动参与感
增强用户粘性和停留时间

03 一键下单支付

直播边看边买，加速销售转化

除支持导流到商家电商平台外，可以直接在微吼知客平台一键下单完成下单购买，优化用户体验，减少跨平台用户流失。

04 优惠抢购

优惠抢购

抢购直播间专属优惠，增强用户互动感。

用户体验渐臻佳境，“欣喜时刻”呼之欲出。

4 直播尾声

荣耀时刻：直播再次升温至沸点，用户纳入企业自有流量池

直播尾声，需要完成两重任务：一是，打造用户荣誉时刻，直播结束后，可颁发荣誉证书；二是，将观众纳入企业自有流量池，主要包括多场景推荐卡片和公众号吸粉导流。

多场景推荐卡片

根据直播内容，灵活设置推荐内容

提供多种推荐卡片样式，直播中可以根据直播内容实时推送如嘉宾介绍、金句海报、试用产品、限时优惠、注册等推荐卡片，提高直播中的互动效果以及营销转化。



互动问答，完课认证

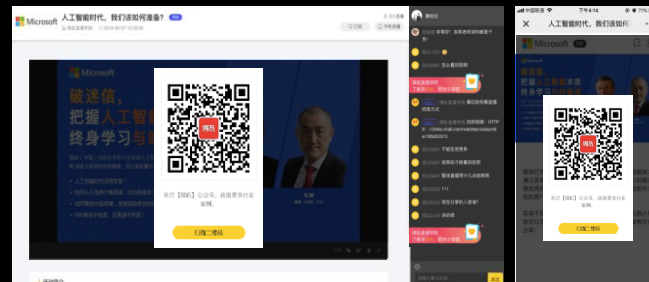
有效互动，完课颁发证书

第一，有效互动。用户问题，可直接反馈，获得满意回答。
第二，同步社群互动。高质问题，同步社群，引发讨论。
第三，系列课程，完结后，颁发《完课认证书》，打造用户荣誉时刻。

公众号吸粉导流

实时推送公众号二维码，引导关注

观众无论通过PC还是手机进入直播间，都可引导关注公众号，为公众号吸粉，为后续长线运营做准备。



企业直播中常见问题

企业直播中，常见的问题，主要有：直播卡顿、发起直播却没有视频、直播中有回音三种。

■ 直播中卡顿

- a. 某个观看者出现卡顿，主要是该观看者的网络不好。
- b. 大多数观看者都卡，原因主要给发起方上行带宽不稳定，或电脑CPU占用过高有关。

■ 发起直播却没有视频

- a. 直播的设置界面查看摄像头是否没选择或被禁用。
- b. 网页发起直播时，需检查浏览器是否允许。
- c. 摄像头是否被其他软件占用。
- d. 更换USB接口。

■ 直播中有回音

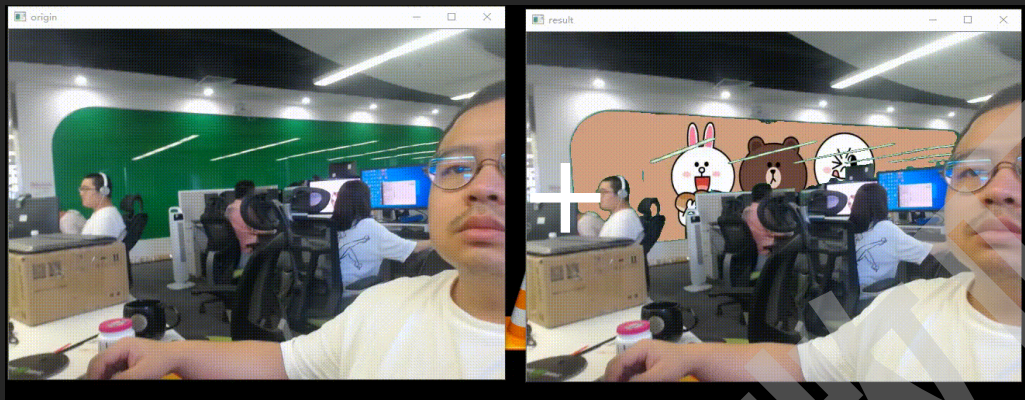
- a. 发起端电脑附近是否有人打开直播观看端连接观看？
- b. 在本地电脑右下角音频喇叭处右击选择录音设备，在操作系统的麦克风设置面板中关闭“侦听此设备”的选项，以免使用者听到自己的声音的回音。

微吼的优势

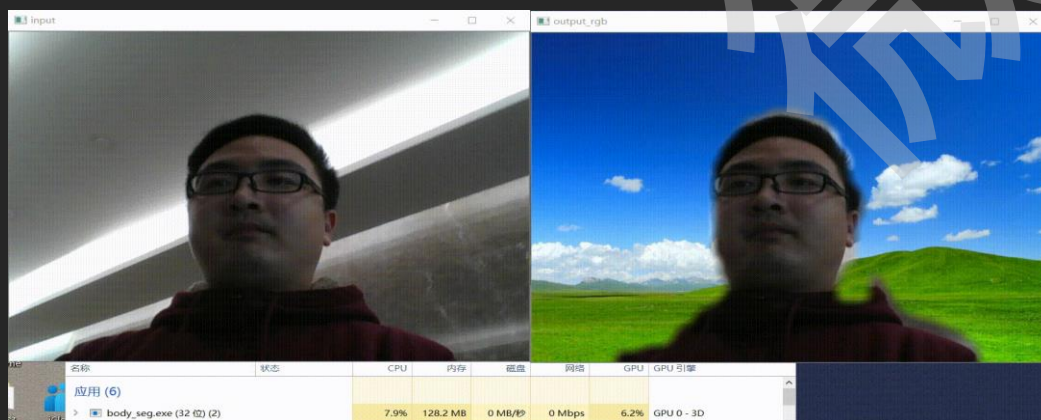
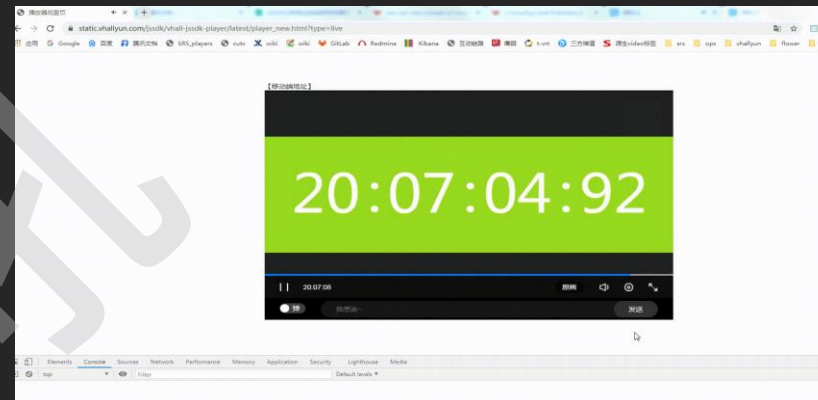
十年音视频技术积累，提供超大并发、稳定性强、全球覆盖的超高清直播平台，拥有各类型直播案例经验，专业的直播工程师团队，强大的平台运营团队，完善的客户服务体系，成熟的应急预案能力。

【微吼】私域直播技术创新

虚拟背景技术 - 基于颜色识别



直播实时生成回放



虚拟背景技术 - 基于AI识别



基于语音识别的实时翻译

微吼

PART 03

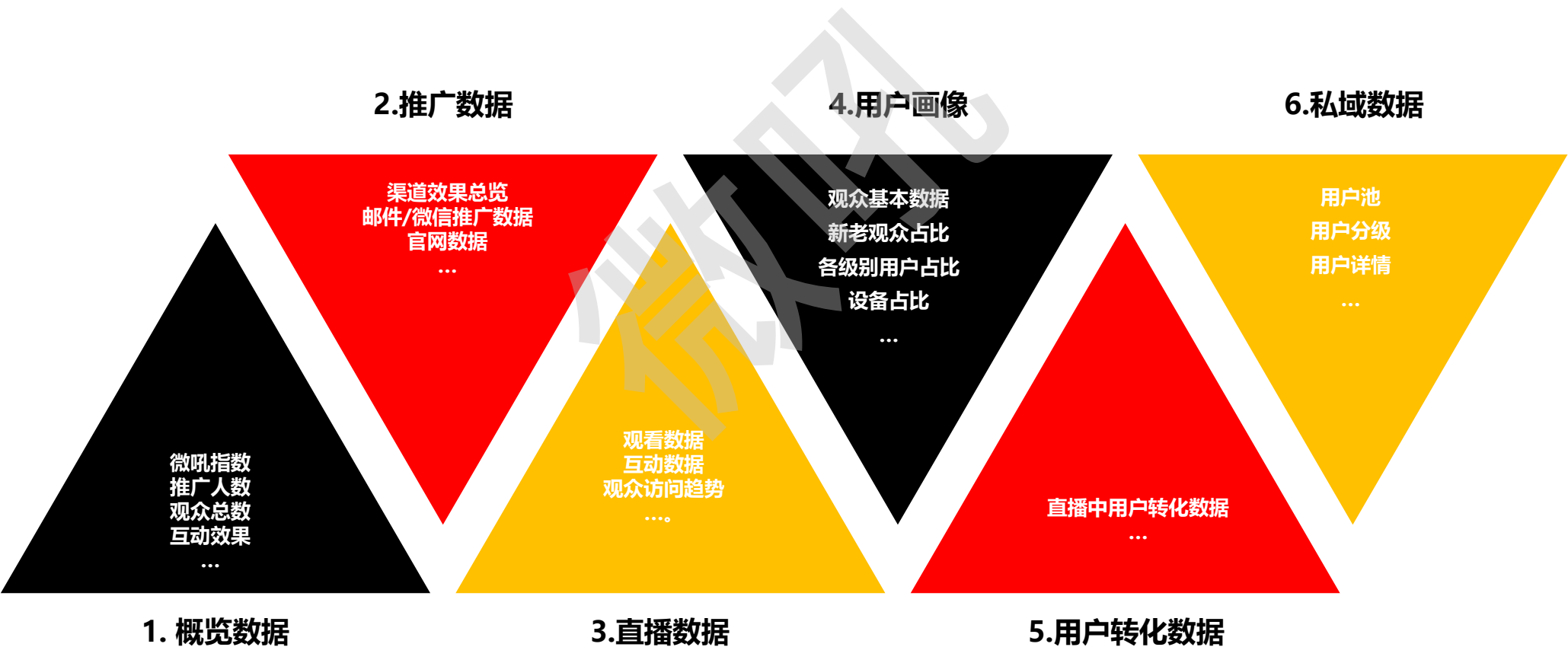
企业直播-直播后

1

数据报告

BI数据报告+人工数据报告

直播活动后，可以生成两份数据报告：一份是【BI数据报告】，一份是专业分析师进行直播数据分析以及关键数据解读服务的【人工数据报告】，其中，知客会统计关于活动直播的全部数据，并以图表的形式生成BI报告，便于公司对整场活动进行分析。



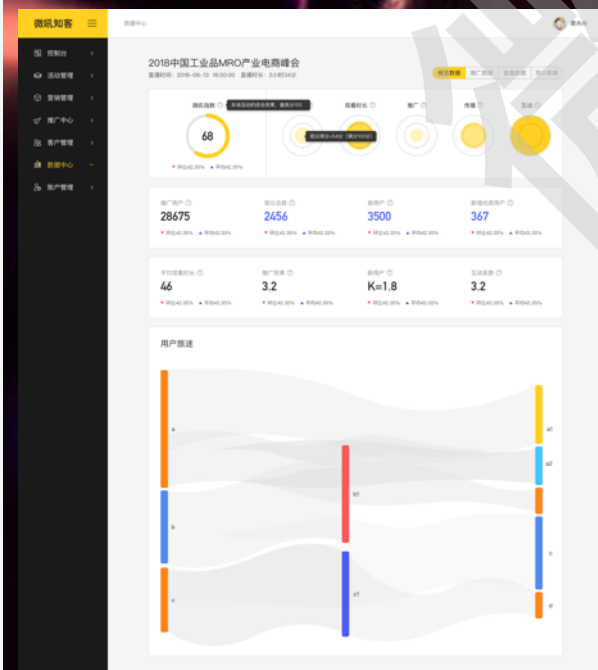
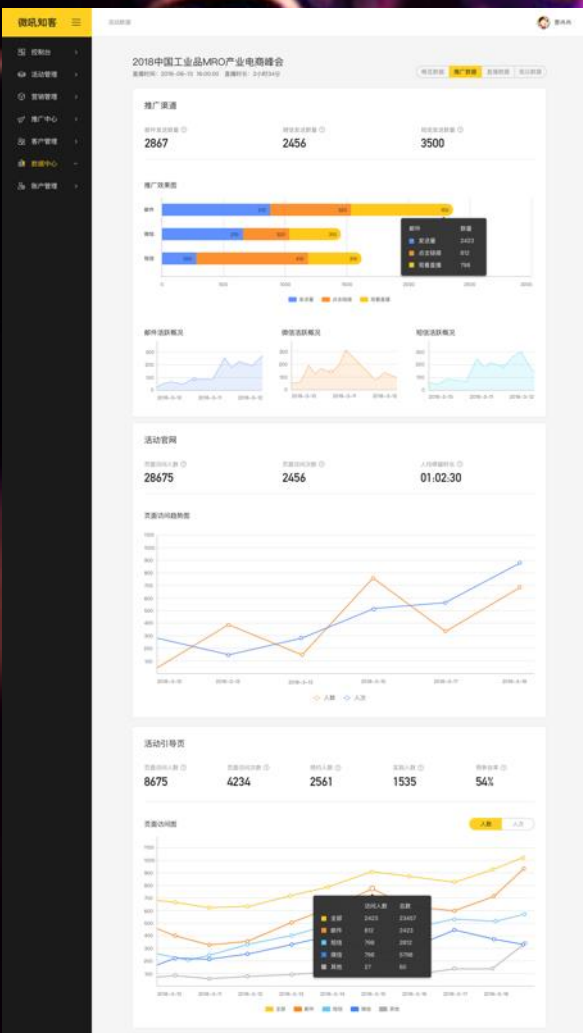
多样化数据看板

1.通过数据反馈可获取区域观看活跃度

特别是对于有客户及经销代理商参与的直播，数据反馈尤其重要，通过地域、推广、互动情况，企业可判断出区域经销商活跃度、业务熟练度。

2.数据反馈多样化互动效果

清晰呈现人均观看时长、各个环节互动数据、聊天数等，
多样化呈现互动效果。



活用数据，助力企业直播复盘

提供直播完整观众数据记录，支持查看和导出，针对每一个观众，记录完整观众观看行为，方便追踪复盘。明确用户基本信息，记录用户身份、来源、观看时长，还原每个用户的视频观看行为。

分析用户行为，一键查询用户完整数据



洞察用户兴趣点，用户行为轨迹分析



2 内容沉淀

二次触达+二次传播

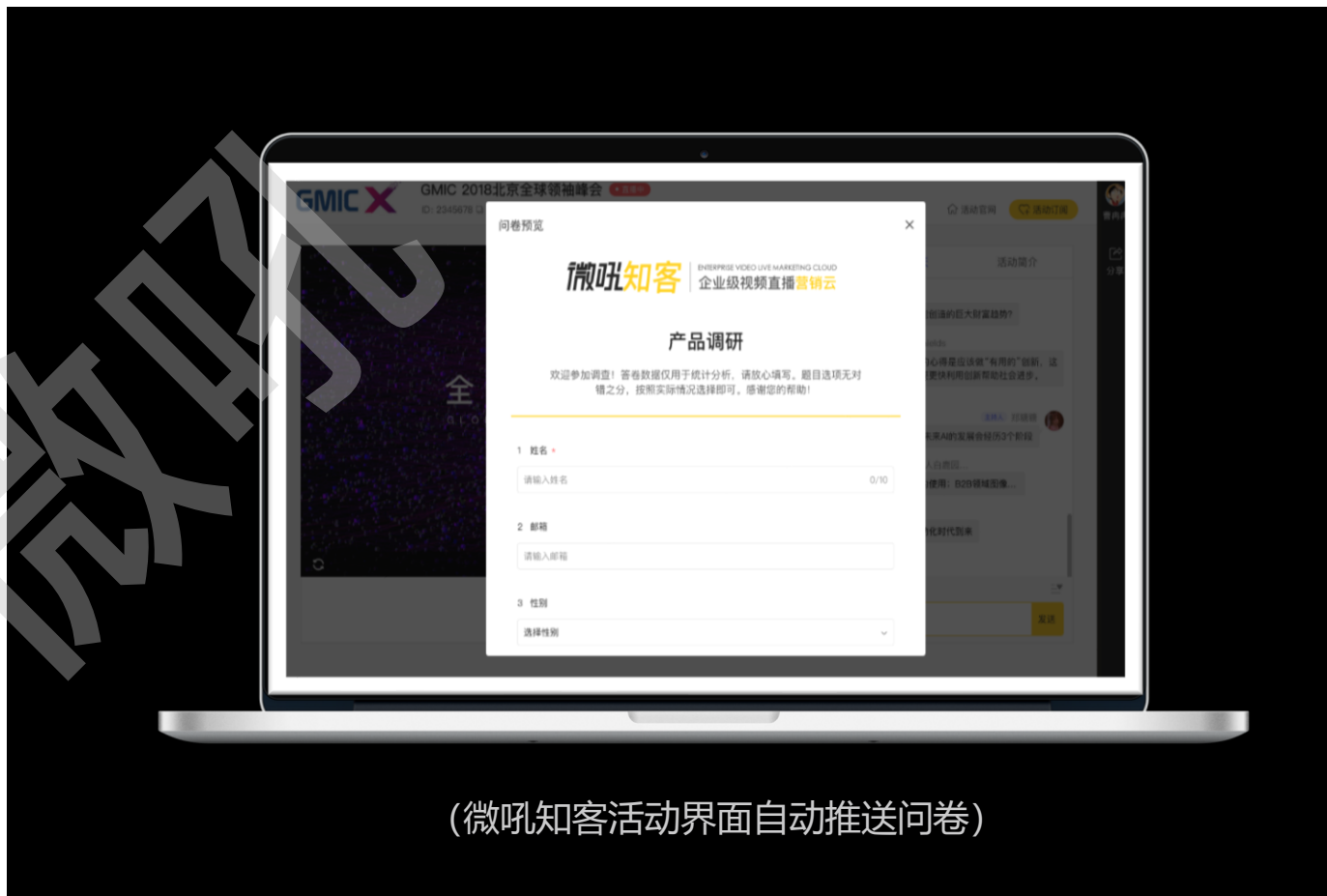
二次传播

精彩环节剪辑，分发至各大渠道，内容复用，实现长尾传播。

直播内容的多版本复用：30分钟精华版、5分钟先导版、1分钟抖音版、15秒朋友圈版。

二次触达

发送回放视频及资料获取通知，进行用户调研，提醒用户试用，新用户培养认知，老用户提升粘性。



(微吼知客活动界面自动推送问卷)

微吼

PART 04

企业直播-案例

1

案例

谷歌云• B2B营销获客

通过网络研讨会建立与用户沟通的机会，同时获取有效的销售线索。



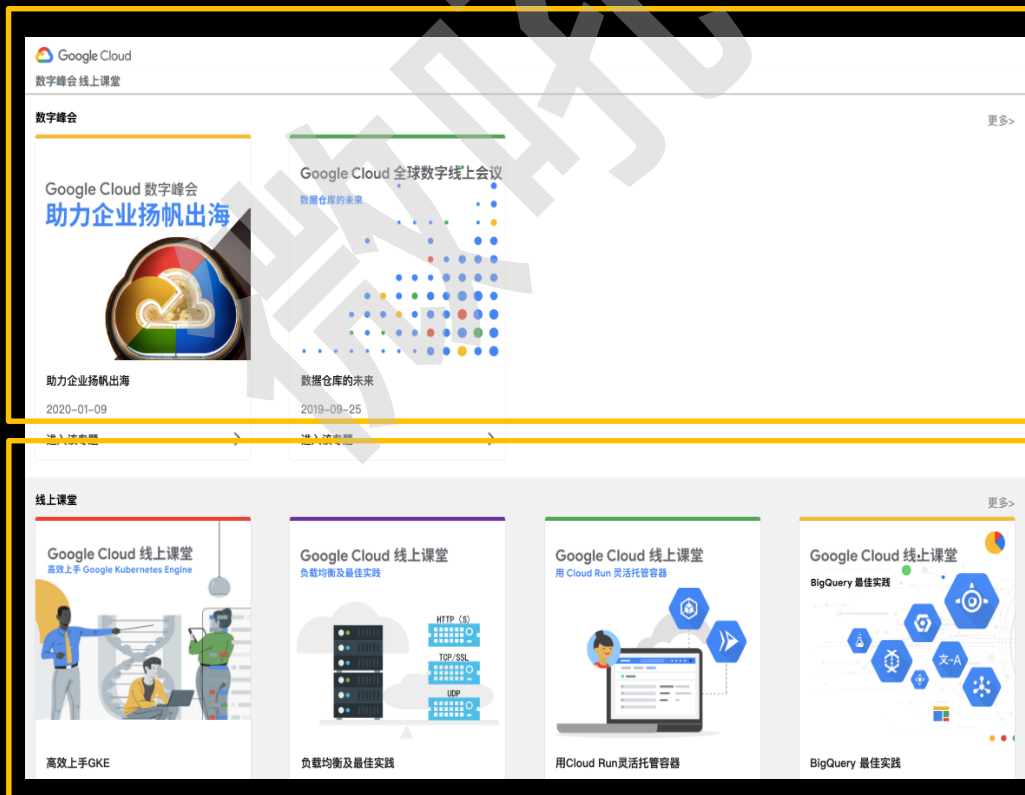
扫码观看直播回放

Cloud OnAir是由Google Cloud团队发起的线上会议，将定期邀请行业专家、技术大咖、客户及合作伙伴，对Google Cloud的产品、技术及实际使用经验，进行分享和讲解，分为数字峰会和线上课两个板块。

微吼

谷歌云——用网络研讨会建立用户沟通机会

Cloud OnAir是由Google Cloud团队发起的线上会议，将定期邀请行业专家、技术大咖、客户及合作伙伴，对Google Cloud的产品、技术及实际使用经验，进行分享和讲解，分为数字峰会和线上课两个板块。



数字峰会

完全模拟线下会议的场景及流程，将线下峰会转移至线上数字化，并形成数据留存。

线上课

通过专家讲师讲解谷歌云产品使用经验及案例分享。

1

案例

谷歌云·B2B营销获客

微吼



1

通过EDM、短信、数据邀约、微信生态等多种方式做好会前推广。

2

通过人工提醒+会前短信&微信服务号参会提醒，大大提升参会率。

3

全程互动-直播中设置直播助力实时与观众互动答疑+讲师集中答疑互动。

4

直播后通过直播中的数据分析输出优质商机，并做好用户池留存，持续培育。



微吼

NEXT.....

《2021年企业直播用户运营 策略白皮书》

结语

存量时代，用户生命周期价值愈发重要，而直播正是实现用户价值曲线跃迁的关键事件。

微吼推出《2021年企业直播营销策略白皮书》，提出蝴蝶增长模型，通过直播，助力企业数字化转型。

第一步搭建直播营销矩阵，搭建企业自有流量池；第二步，打造覆盖直播前/中/后流程的互动直播；第三，数据驱动下，深入用户全生命周期的用户运营。

出品方介绍

微吼

创立于2010年，是全球领先的企业级互动视频云平台，微吼致力于通过视频互动技术，以大数据+AI为依托，为客户提供一站式视频直播解决方案，助力企业快速实现数字化学习及数字化营销场景下的数字化转型，为企业增长赋能。目前，微吼已经为35万+行业标杆及企业客户提供近2000万次企业直播服务，用户覆盖2.5亿商务人群，应用场景包括直播营销、企业内外训、教育培训、大型峰会现场、电商直播、私有化定制等，覆盖科技互联网、医疗、教育、金融、汽车等数十个垂直行业。

微吼直播学院

微吼直播学院作为微吼特色的直播学习交流平台，致力于服务微吼业务合作伙伴及用户，面向整个直播产业链开放，通过整合直播案例、剖析解决方案、同步产品最新功能、共享技术前沿突破、传递直播价值，助力合作伙伴成长，推动直播行业良性发展，搭建直播产业开放共赢生态圈及行业人才赋能的成长机构。



中国每 **10** 次企业直播

7 次来自微吼！

TechBook⁺

打造全球规模最大的 中文线上科创社区和合作平台

依托太库全球科创资源沉淀，
TechBook打造面向2000万+科创人群的
中文线上科创社区和合作平台

以AIoT为重点方向，深入的
实操层面，追求实质性
的内容讨论和项目合作

扫码获取平台资源



科创竞猜

每日推出1-2个竞猜题目，包括：经济指标、创新指数、大赛排名、科技企业股价、新品发布、等多方面的预测。用新颖有趣的方式让你从另一个角度把握科创“风口”。



丰富活动

每年上百场活动，包含智慧交通、地产科技、人工智能、智慧医疗等领域，以及线上创业大赛和大型线上展会。



资讯+研报

每日新鲜行业资讯和深度文章帮你及时掌握行业动态，海量行业研报免费下载。



精彩话题

有料有用的话题探讨，聚集专业性话题与互动话题于平台。用户可参与互动，从中进行学习交流并获取商机。



项目对接

TechBook 已经聚集70000+科创项目和3000+龙头企业创新需求。已实现线上匹配200余次，实现多个采购案例。